дороже и лучше

развитие рыночной инфраструктуры города на основе изучения потребительских предпочтений

Необходимость формирования рыночно сбалансированной инфраструктуры сегодня подчеркивается во всех приоритетных стратегических задачах экономического развития страны. Она диктует состав, назначение, структуру и определяет перспективы развития частного бизнеса в условиях активизации государственного регулирования.

Проведенные исследования и оценка потребительских предпочтений позволили установить их влияние на развитие рыночной инфраструктуры на примере г. Красноярска. В качестве респондентов выступали его жители – покупатели потребительских товаров, работники и специалисты сферы торговли. Исследование проводилось во всех районах города на 70 предприятиях торговли различных форм собственности.

В ходе исследования выявлено, что предприятия розничной торговли составляют 71,43% от числа обследованных компаний. Организаций, занимающихся оптовой торговлей, оказалось 17,14%, оптово-розничной – 9,5%.

Результаты опроса показали:

– большинство респондентов (54%) считает ассортимент потребительских товаров средним;

– около трети респондентов полностью удовлетворены ассортиментом и назвали его широким;

– около 5% опрошенных не удовлетворены представленным ассортиментом и считают, что качество товаров низкое при достаточно широком ассортименте, либо один и тот же ассортимент представлен в разных предприятиях.

Суслова Ю.Ю.
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и планирования, Красноярский государственный торгово-экономический институт

Одним из наиболее важных показателей, влияющих на спрос потребителей, является уровень цен, поэтому в процессе анкетирования мы выявляли мнения респондентов в отношении уровня цен на товары отечественных и зарубежных производителей.

В ходе анализа цен на потребительские товары зарубежных производителей можно сделать следующие заключения:

– цены на продукты питания более 40% опрошенных покупателей с уровнем доходов от 5001 до 10000 руб. считают средними;

– 40% опрошенных считают, что цены высокие, что связано с невысоким уровнем доходов данной категории потребителей;

– 7,14% респондентов с доходами более 10001 руб., считает цены относительно низкими.

Цены на одежду 60% опрошенных потребителей считает высокими, около 36% респондентов – нормальными и 4,76% – низкими. Обувь большинство потребителей (49%) считает дорогой, а 46% анкетируемых (со средним уровнем доходов) – приемлемой. Цены на бытовую технику основная масса потребителей (48%) считает средними, а на мебель (70%) – высокими.

В целом анализ цен показал, что большинство потребителей зарубежную продукцию считают более дорогой, чем отечественные аналоги. Однако, несмотря на это, покупатели предпочитают приобретать импортные товары, так как считают их более качественными. Для этого нами было проведено исследование потребительских предпочтений относительно качества товаров отечественного и зарубежного производства (*табл.1*).

несмотря на высокие цены, российские покупатели предпочитают приобретать импортные товары, так как считают их более качественными

Результаты анализа показали, что не все отечественные товары могут конкурировать с зарубежными по своим потребительским характеристикам.

Одним из важных обстоятельств, влияющих на степень развития рыночной инфраструктуры, является соответствие цены качеству реализуемых товаров в торговой сети г. Красноярска. Поэтому в процессе исследования выявлялась как общая оценка уровня цен на различные

Таблица 1

Анализ мнений респондентов относительно качества реализуемых потребительских товаров

Потребительские оценки	Товары отечественного производства		Товары зарубежного производства	
	количество человек	удельный вес, %	количество человек	удельный вес, %
Качество товаров удовлетворяет	51	24,29	102	48,57
Качество товаров не удовлетворяет	95	45,24	50	23,81
Качество товаров удовлетворяет частично	64	30,47	58	27,62
Итого	210	100,0	210	100,0

виды продукции, так и мнение потребителей об их соответствии качеству (*табл. 2*).

На основе полученных данных можно отметить, что 41 респондент считает, что соответствие цены качеству зарубежных товаров носит частичный характер, а 94 считают, что они не соответствуют друг другу. Практически такая же ситуация наблюдается среди потребителей продукции отечественного производства.

Таблица 2

Анализ мнений респондентов относительно соответствия цены качеству реализуемых потребительских товаров

Потребительские оценки	Товары отечественного производства		Товары зарубежного производства	
	количество человек	удельный вес, %	количество человек	удельный вес, %
Цена соответствует качеству	70	33,33	75	35,71
Цена не соответствует качеству	100	47,62	94	44,76
Цена частично соответствует качеству	40	19,05	41	19,53
Итого	210	100,0	210	100,0

на степень развития рыночной инфраструктуры в значительной степени влияет соответствие цены качеству реализуемых товаров

Для более глубокого изучения влияния предпочтений на развитие инфраструктуры торговли г. Красноярска, необходимо учитывать специфику качества обслуживания потребителей. Респондентам предлагалась шкала, пользуясь которой они выражали свое отношение к различным показателям услуги, характеризующей развитие рыночной инфраструктуры. С этой целью опрашиваемым было предложено оценить по пятибалльной шкале отдельные стороны оказываемых услуг предприятиями торговли на рынке г. Красноярска.

Как показали результаты анализа, сервисное обслуживание является основным фактором, способствующим увеличению объемов продаж. Среди прочих услуг максимальную оценку респонденты выставили упаковке товаров, качеству обслуживания, имиджу предприятий и др.

В результате проведенного исследования установлено, что руководителям предприятий необходимо значительно больше внимания уделять качеству торгового обслуживания, до- и послепродажному сервису, а также экологической безопасности товаров. Все это в конечном итоге будет не только способствовать более полному и качественному удовлетворению потребительских предпочтений, но и развитию рыночной инфраструктуры в целом.

Литература

1. Козельская И.Н. Инфраструктурное обеспечение функционирования рынка транзитивной экономики. – Саратов: Изд. центр СГЭА, 1997. – 236 с.
2. Колодин В.С., Шемякина Л.В., Федотов А.И. Инфраструктурное обеспечение региональных товарных рынков. – Иркутск: БГУЭП, 2005. – 112 с.
3. Лапушинская Г.К., Петров А.Н. Планирование в условиях рынка.- М.: Дашков и Ко, 2003. – 252 с.
4. Чаплина А.Н. Методология и методы управления потребительским рынком для городского населения. – Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2002. – 231 с.

рп